

Design para inclusão da surdocegueira nos eventos de moda

Design for the inclusion of deafblindness in fashion events

LAISMANN, Núbia Fernanda; Mestranda em Design; Universidade de Brasília
nubiaflnn@gmail.com

MAYNERDES, Ana Cláudia; Doutora em Artes; Universidade de Brasília
anacmay@gmail.com

Este artigo apresenta uma discussão teórica preliminar e se insere no campo de pesquisa do Design Inclusivo e sua relação com a surdocegueira. Tem como objetivo investigar de que maneira as pessoas surdocegas estabelecem relações perceptivas, cognitivas e afetivas com os artefatos e suas variantes no contexto de moda, tendo como ferramenta o Design e suas potencialidades. Preliminarmente, apresenta uma pesquisa com revisão bibliográfica de natureza resultado, demonstra-se como o contexto de moda ainda é um espaço excludente, mas que pode e deve se tornar um ambiente acolhedor, acessível independentemente da condição sensorial de seu público.

Palavras-chave: design inclusivo; surdocegueira; moda.

This article presents a preliminary theoretical discussion and is inserted in the research field of Inclusive Design and its relationship with deafblindness. It aims to investigate how deafblind people establish perceptual, cognitive and affective relationships with artifacts and their variants in the fashion context, using Design and its potentialities as a tool. Preliminarily, it presents a research with bibliographic review of qualitative nature and some discussions among the concepts found. As a result, it shows how the Fashion context is still an excluding space, but it can and should become a welcoming environment, accessible regardless of the sensory condition of its audience.

Keywords: inclusive design; deafblindness; fashion.

1 Introdução

As pessoas com deficiência passam por diversas barreiras todos os dias por causa da falta de acessibilidade. Isso acontece quando uma pessoa em cadeira de rodas deseja fazer uma compra, mas a loja não possui uma rampa ou quando uma pessoa cega vai a um restaurante e não tem um cardápio em braille, ou mesmo quando uma pessoa surda não consegue ser compreendida em sua língua de sinais nos mais diversos espaços sociais.

Apesar de haver diversas leis que versam sobre o tema da acessibilidade, tornar a sociedade inclusiva é um desafio constante, e uma distinção conceitual precisa ser feita; temos, conforme a Associação Brasileira de Normas Técnicas (2015) inclusão se define como sendo o conjunto

de ações que combatem a exclusão da vida em sociedade causada pelas diferenças; o objetivo é oferecer oportunidades iguais de acesso a bens e serviços a todos.

Já acessibilidade se refere à possibilidade de acesso e condição para utilização com segurança e autonomia de espaços públicos por pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

De acordo com o Censo (2010), quase 46 milhões de pessoas no Brasil – 24% da população – declarou ter algum grau de dificuldade em enxergar, ouvir, caminhar, subir degraus ou possuir algum comprometimento. Nesse cenário, temos 12,5 milhões de pessoas com deficiência, o equivalente a 6,7% da população, e é nesse contingente que se encontra o objeto de nossa investigação: pessoas surdocegas.

A Constituição Federal de 1988 garante os direitos sociais e individuais das pessoas com deficiência. Foi a partir dela que surgiram várias leis e normas mais específicas que visam garantir acessibilidade e a inclusão, como a lei de cotas publicada em 1991 que tem como foco a inclusão de pessoas com deficiência – PCD – no mercado de trabalho. Já nos anos 2000 foi lançada a primeira lei totalmente voltada para a acessibilidade – lei nº 10.098 – com uma perspectiva de eliminar as barreiras diárias que as pessoas com deficiência enfrentavam sejam elas urbanas, nos transportes ou na comunicação assegurando-lhes a autonomia.

A legislação também avança no que diz respeito ao acesso cultural das pessoas com deficiência. A acessibilidade cultural é um direito de todas as pessoas com deficiência. Há também o Plano Nacional de Cultura (PNC) que objetiva garantir que as pessoas com deficiência possam ter acesso a equipamento culturais. Em sua meta 29, propõe que 100% de bibliotecas públicas, museus, cinemas, teatros, arquivos públicos e centros culturais devem atender aos requisitos legais de acessibilidade e desenvolver ações de promoção da fruição cultural por parte das pessoas com deficiência. Os profissionais da área cultural devem compreender as necessidades dos mais diversos públicos, tendo assim um grande desafio. (BINS ELY; OLIVEIRA, 2005).

Para tanto, este artigo se propõe a levantar algumas questões que são fundamentais para qualquer discussão acerca de inclusão e acessibilidade de surdocegos em eventos culturais.

2 Metodologia

A metodologia adotada nesta pesquisa foi a revisão bibliográfica de natureza qualitativa a fim de sistematizar o conhecimento científico sobre o tema específico: Design para inclusão da surdocegueira nos eventos de moda.

Foram empregados dois procedimentos básicos. Inicialmente foi utilizada a ferramenta TEMAC – Teoria do Enfoque Meta-Analítico Consolidado (MARIANO; ROCHA, 2017) nas bases Web of Science, Google Acadêmico e Scielo. Em seguida, foi realizada uma pesquisa livre pela literatura encontrada nas bases das principais universidades. Buscando por periódicos, artigos e textos de movimentos sociais que trabalham com inclusão não incluídos no TEMAC. Temas como Design, Inclusão, Acessibilidade, Surdocegueira e Moda viraram palavras-chave de diversas formas.

Para um maior entendimento dos conceitos que serão abordados no item a seguir (Revisão de Literatura) faz-se necessário esclarecer alguns pontos que foram detectados logo ao se iniciar a revisão sistemática e pesquisa bibliográfica.

A partir de revisão sistemática dos dados encontrados nos campos de pesquisa mencionados acima, forma detectadas referências à eventos de moda e design inclusivo de maneira generalista e nada especificamente a respeito das pessoas surdocegas e sua relação com esse tema.

No que tange aos achados sobre a pessoas surdocegas, percebemos que a maior parte das publicações visitadas partem de uma perspectiva centralizada na medicalização e/ou patologização ignorando a pessoa surdocega em sua completude. O que se pode observar é que há um apagamento dessas pessoas enquanto sujeitos passíveis de serem entendidos também a partir de um ponto de vista sociocultural e fora da clínica.

São escassos os estudos na linha de pesquisa do Design e de Eventos de Moda aplicados às pessoas surdocegas desconsiderando a visão centrada na diferença sensorial, por outro lado, são abundantes as publicações focadas na falta sensorial e que não prescindem da perspectiva medicalizante; geralmente, abstêm-se de agregar outras linguagens às pessoas surdocegas como a linguagem artística, a Arquitetura, a Arte Cênica e a própria Moda, em geral.

Outra percepção a respeito dos achados de pesquisa é que no Brasil, diferentemente de outros países, o tema “Surdocegos, Moda e Design Inclusivo” se mostra de forma escassa, o que pode gerar à sociedade desconhecimento desse grupo específico e de suas idiossincrasias.

Sobre a pesquisa referente ao Design Inclusivo nada foi encontrado que estabelecesse relação entre esse e o desenvolvimento de produtos que estimulassem a afetividade, cognição e experiências minimamente satisfatórias ou estéticas para esse grupo de pessoas.

Por causa disso, percebemos que essa pesquisa tem um caráter exploratório, dado que se faz necessário compreender as questões relativas aos surdocegos por pesquisadores de todas as áreas e ainda entender quais são as reais necessidades de acessibilidade para esse grupo, no entanto, reconhecemos que esse recorte é de fato muito específico e carece de maior atenção.

Por fim, compreende-se que é preciso maior esforço teórico e também social para que pessoas surdocegas sejam incluídas de fato nas discussões do design, das artes, da cultura, da moda, entre tantas outras.

3 Revisão de Literatura

Como já referenciado no item anterior, aqui apresentaremos um estudo inicial acerca de referências e conceitos bases que foram importantes para o entendimento de um tema tão complexo.

3.1 Sobre as pessoas surdocegas

Os primeiros registros históricos sobre pessoas com surdocegueira datam do século XIX nos Estados Unidos quando o Instituto Perkins recebeu sua primeira criança surdocega, Laura Bridgman. Anos mais tarde, Helen Keller, também aluna do instituto, torna-se a surdocega mais notável e conhecida mundialmente graças ao trabalho da professora Anne Sullivan que a ensinou usando a língua de sinais por meio de técnicas de comunicação tátil, conforme Araújo et al (2021).

A história da surdocegueira no Brasil teve início em 1953 com a visita da ilustre e mundialmente conhecida Helen Keller (SOARES, 1999). A educadora Nice Tonhozi Saraiva, que já trabalhava na educação de cegos no Instituto de Cegos Padre Chico, em São Paulo (Brasil), passou também a empenhar seus esforços e conhecimento na educação dos surdocegos, a partir de 1962, quando regressa dos EUA. Atualmente, outra referência brasileira é o Grupo Brasil de Apoio ao Surdocego e ao Múltiplo Deficiente Sensorial, uma organização não governamental que desenvolve ações voltadas à área da surdocegueira em parceria com a Associação Brasileira de Surdocegos (Abrasc), conforme consta em Araújo et al (2021).

Os dados sobre a quantidade de pessoas surdocegas não são revelados devido à imprecisão na obtenção dessas informações. Essa imprecisão se dá justamente pela falta de estratégias para acessar essas pessoas, conforme consta no censo do IBGE de 2010.

A surdocegueira é uma condição ainda pouco entendida no país. Não faz muito tempo que foi reconhecida como uma “condição única” desassociada da situação só de surdez e/ou de cegueira e, desde então, faltam políticas públicas e são escassos os centros de referência para apoio a pessoas com surdocegueira adquirida ou congênita.

A pessoa surdocega é aquela pessoa com uma deficiência multissensorial, privada do uso dos seus sentidos espaciais e de distância, razão pela qual sua educação deve partir de necessidades individuais.

Entendemos surdocegueira como:

[...] uma deficiência singular que apresenta perdas auditivas e visuais concomitantemente em diferentes graus, levando a pessoa com surdocegueira a desenvolver diferentes formas de comunicação para entender e interagir com as pessoas e o meio ambiente, para ter acesso a informações, uma vida social com qualidade, orientação, mobilidade, educação e trabalho (GRUPO BRASIL, 2007 apud WATANABE, 2017, p.48).

A comunicação da pessoa com surdocegueira é maior barreira para o desenvolvimento pessoal, por isso o enfoque educacional voltado para suas formas de comunicação deve ser priorizado, pois dessa forma a pessoa surdocega poderá ser alguém produtivo.

É na escola que a criança surdocega é estimulada com equipe multidisciplinar e guias-intérpretes. Esses, por sua vez, devem ter formação adequada visto que é o profissional que domina diversas formas de comunicação utilizadas pelas pessoas com surdocegueira, o que lhes permite transmitir a mensagem, descrever o ambiente, as pessoas e os fatos; contextualizar e guiar essas pessoas (WATANABE, 2017).

O toque é a forma pela qual a pessoa com surdocegueira compreende e estabelece relações com tudo ao seu redor seja no meio familiar, educacional ou mesmo em espaços maiores de interação social, por esse motivo, sentir o outro é parte substancial no desenvolvimento da pessoa surdocega para que os vínculos afetivos sejam construídos.

3.1.1 Formas de comunicação das pessoas surdocegas

A comunicação é de suma importância para qualquer ser humano e a depender das condições físicas e sensoriais do falante, a forma de estabelecer relações por meio da linguagem pode mudar, como é o caso das pessoas com surdocegueira.

Em Reyes (2000) conseguimos evidenciar como a comunicação é indispensável para as pessoas surdocegas no que tange a inserção social:

A comunicação é a chave para inserção social das pessoas surdocegas no ambiente sociocultural no qual vivem. Por esta razão, tudo o que estiver relacionado com a comunicação é objetivo do maior interesse, por parte dos profissionais, das famílias e principalmente das próprias pessoas surdocegas, na busca de sistemas de comunicação eficazes (REYES, 2000, p.1).

Conforme visto na seção anterior, a surdocegueira é uma deficiência única que apresenta, ao mesmo tempo, perdas auditivas e visuais e isso tem implicações nas formas em que a pessoa surdocega se comunica. A tabela a seguir apresenta os tipos mais comuns de comunicação

das pessoas com surdocegueira e suas características:

Tabela 1 – Tipos de comunicação utilizados por surdocegos

Tipos de comunicação	Características
Sinais Táteis	A pessoa com surdocegueira tateia as configurações das mãos identificando os pontos de articulações, movimentos e flexões para saber quais sinais estão sendo realizados pelo emissor.
Sinais em Campo Reduzido	O emissor sinaliza de forma reduzida para que a pessoa com surdocegueira com perda da visão lateral, inferior ou superior, que ainda tenha algum resíduo visual, consiga perceber a sinalização nesta área de sinalização reduzida.
Fala Ampliada	A pessoa com surdocegueira que possui resíduo auditivo receberá a informação emitida ou repetida por meio da fala próxima ao seu ouvido.
Escrita na Palma da Mão	A pessoa com surdocegueira estende uma das mãos com a palma voltada para cima e o emissor usa seu dedo indicador para escrever as letras do alfabeto, letra por letra, formando assim palavras e frases compondo o discurso.
Uso do Dedo como Lápis	O processo é o mesmo da escrita na palma da mão, mas nesta estratégia o dedo da pessoa com surdocegueira é usado como um “lápis” e a palma da mão do emissor é o local onde o dedo desliza para produzir a mensagem que será transmitida.
Alfabeto Datilológico Tátil	A pessoa com surdocegueira tateia cada letra do alfabeto transmitida pelo emissor para formar palavras e frases. Esse sistema também poderá ser construído em uma das mãos da pessoa com surdocegueira que irá receber a informação produzida em seus dedos.
Alfabeto Tátil Duas Mãos	Neste sistema, cada letra do alfabeto é “escrita” por um toque em uma área específica da palma da mão ou em um ponto de um dos dedos da pessoa com surdocegueira.

Tadoma

A pessoa com surdocegueira usa uma das mãos (ou as duas) para tocar levemente ao redor dos lábios do emissor, a fim de sentir a articulação da boca e a vibração da garganta e, em alguns casos, também do nariz.

Escrita Ampliada

A escrita ampliada é usada por pessoas surdocegas que ainda possuem algum resíduo visual.

Finger Braille e Braille Manual

Para as pessoas com surdocegueira, o uso do Braille vai além da leitura e escrita, pois elas podem aproveitar o conhecimento desse sistema para efetivamente se comunicar.

Sistema Lorm

A mão do receptor funciona como uma máquina de escrever Braille; ou seja, os dedos indicadores, médios e anulares têm a mesma função das teclas dessa máquina específica.

Sistema Malossi

A pessoa com surdocegueira oferece uma das mãos na posição vertical com os dedos ligeiramente afastados. O emissor usará as pontas dos seus dedos para “escrever” na mão do receptor a pressionando levemente. Os pontos usados neste tipo de comunicação podem estar na palma ou no dorso da mão da pessoa que receberá a mensagem.

Sistema Pró-Tátil

O toque é a forma pela qual a pessoa com surdocegueira percebe a presença do outro, ou seja, “o estar com o outro”.

Comunicação Háptica

Consiste em uma comunicação realizada por meio do toque, trazendo informações visuais em complemento com as informações auditivas transmitidas por outro guia-intérprete.

Fonte: Elaborada pela autora.

Para tanto, é imperativo salientar a importância dos tipos de comunicação utilizados pelos surdocegos, como também a figura do guia-intérprete, que é aquele profissional que tem a função de estabelecer a intermediação comunicativa (visual e tátil) da pessoa surdocega em vários contextos, transmitindo as informações de modo fidedigno e compreensível, além de assegurar o acesso aos ambientes de forma segura.

Sendo assim, pode-se afirmar que o tato é um dos sentidos mais importantes para a comunicação dessas pessoas. Como já se sabe, o sentido do tato é responsável pela sensibilidade ao toque e:

[...] nós acreditamos que nossas mãos são as responsáveis por fornecerem a maior parte das informações táteis porque nós as utilizamos para manipular objetos, mas tudo que fazemos incluindo sentar, andar e sentir dor depende do toque. (NICHOLAS, 2011, p.11)

O corpo humano é sensível aos estímulos em todas as atividades, é capaz de realizar movimentos naturais e intencionais, como a manipulação de objetos graças ao sentido tátil. O tato é um dos sentidos elementares para desenvolvimento do corpo humano e tem papel importante no crescimento, no processo de aprendizagem e na comunicação do indivíduo e é por meio desse sentido que as pessoas com surdocegueira experienciam e dão significado ao mundo externo.

3.2 Design Inclusivo

O Design, enquanto um campo científico, também deve se ater às questões que envolvem o atendimento às pessoas com deficiência, uma vez que o que está posto é a ausência de serviços e produtos que atendam essa parcela da sociedade. No que diz respeito aos surdocegos, sabemos que o tato é o principal sentido que guia as experiências da pessoa com essa deficiência, no entanto o desenho dos produtos, de modo geral, não contempla, especificamente, esse público. Conforme Maldonado (2012):

É desnecessário relembrar que o nosso corpo tem uma história. A história do homem é, entre tantas outras coisas, a história de uma progressiva artificialização do corpo. A história de uma longa marcha, sempre em direção a um maior enriquecimento instrumental na nossa relação com a realidade. No fim das contas, isso significa a criação de novos artefatos destinados a suprir (e a complementar) as congênicas deficiências funcionais do nosso corpo. Assim nasceu, em torno do corpo, um variado cinturão de próteses: próteses, motoras, sensoriais e intelectuais. (MALDONADO, 2012, p.123).

As pessoas, de modo geral, adquirem produtos para se sentirem bem, confortáveis e atender alguma necessidade, no entanto, as pessoas surdocegas não disfrutam desse direito, uma vez que não há no mercado uma iniciativa consistente que atenda às demandas funcionais e estéticas dessas pessoas.

A falta de pesquisas é um fator que impacta diretamente nesse cenário. Papanek (1985) traz uma visão crítica a respeito e diz que o design deve:

[...] se tornar uma ferramenta inovadora, altamente criativa e interdisciplinar, que responda às verdadeiras necessidades dos homens. Deve ser mais orientado para a pesquisa, e devemos parar de contaminar a própria terra com objetos e estruturas mal projetadas (PAPANEK, 1985, p.25).

É importante deixar claro que a acessibilidade e o design inclusivo são conceitos diferentes e têm perspectivas diferentes. A acessibilidade visa encontrar soluções que se adaptem ao ambiente, produtos ou serviços para atender às pessoas com deficiência. Já o design inclusivo busca seus produtos com base em alguns princípios que serão apresentados adiante.

As concepções de todos os espaços e formatos de produtos e serviços são possíveis a qualquer pessoa com ou sem deficiência, independentemente de suas limitações físicas, intelectuais ou sensoriais, pois “a acessibilidade é vista como um meio de possibilitar a participação das pessoas nas atividades cotidianas que ocorrem no espaço construído, com segurança, autonomia e conforto” (MORAES, 2007).

É por meio da acessibilidade que pode-se oportunizar espaços que apresentam condições de acesso a todas as pessoas, independentemente de suas habilidades individuais. O acesso aos lugares públicos é um direito de qualquer cidadão. Sasaki (2002), trata a acessibilidade em seis diferentes dimensões: arquitetônica; comunicacional; metodológica; instrumental; programática e atitudinal.

O design inclusivo não deve ser entendido como um campo a parte. Clarkson e Coleman (2015) nos apresentam uma abordagem de design na qual os designers buscam garantir que seus produtos e serviços atendam às necessidades do maior número de pessoas possível, independentemente da idade ou habilidade. Normalmente os designers buscam basear seus produtos em alguns princípios para o planejamento de produtos e ambientes universais.

Preiser e Ostroff (2010) categorizam esses princípios em sete: equiparação nas possibilidades de uso; flexibilidade no uso; uso simples e intuitivo; informação perceptível; tolerância ao erro; mínimo esforço físico e dimensionamento para acesso e uso de todos. Esses princípios constituem uma importante ferramenta para o refinamento de projetos na área de arquitetura, planejamento e design. Já para Cambiaghi (2007) é preciso avaliar as propostas existentes a fim de:

[...] orientar novos projetos de arquitetura e design e, ainda, para ser adotadas como literatura para ensino e a capacitação de futuros arquitetos, designers e pessoas ligadas à área da construção e de desenvolvimento de produtos.” (CAMBIAGHI,2007, p.16).

Percebemos que há uma preocupação em criar métodos em que o design e arquitetura contemplem não somente a construção civil, e assim, poder acessibilizar os espaços fisicamente como também voltar-se aos produtos, potencialmente levando em consideração os princípios do design inclusivo.

3.3 O contexto cultural e a sua relação com eventos de moda

A moda é considerada um elemento integrante e expressivo de qualquer cultura, dentro das complexidades de um grupo social, ela pode marcar por meio de roupas e acessórios um universo amplo e heterogêneo. São muitos os tipos físicos, estilos, pensamentos, filosofias de vida, hábitos, religiões entre outros elementos que lhe são impressos, pois ela reflete aqueles que se relacionam e habitam um espaço.

Sendo assim, entendemos que todos são diretamente afetados e se relacionam a essa expressão cultural e artística. Portanto, todos os feitos relacionados a ela são formadores e cultivadores do pensar, o que se estende para um desfile de moda, uma vez que o mesmo provoca e estimula identificações.

Segundo Silveira (2001) um evento de moda é:

Como todos os eventos, os de moda, são acontecimentos planejados e organizados com um objetivo em comum, podendo ser o lançamento de um criador, uma nova coleção, um novo espaço, uma comemoração, produtos diferentes de um segmento, produtos de segmentos diferentes, tendências, novas tecnologias, destacar o mercado de determinada região enfim, um evento específico, a um público determinado, com expectativas comuns (SILVEIRA,2001, p.17).

Completamos essa definição informando esclarecendo que eles acontecem durante todo o ano e são essenciais para a apresentação de novas tendências dos estilistas de moda.

Os projetos de design dentro desta área compreendem o mostrar os espetáculos por meio de uma complexidade visual e perceptiva. Todos os elementos são partes significativas da imagem cênica; o que cria a percepção de desfile é um modo único de perceber.

A moda e a arte são formas de cultura material que expressam uma ampla gama de significados, cuja decodificação em geral constitui um desafio. Tanto a moda como a arte são criadas em mundos de cultura, isto é, comunidades urbanas de criadores culturais vendedores, compradores e públicos, que contribuem de diversos modos para a criação, a avaliação, a disseminação e a recepção desses tipos de cultura (CRANE, 2011, p.13).

Os desfiles de moda são como espetáculos e, embora a cenografia tenha nascido no teatro, é também nos eventos de moda que essa arte se faz presente passando a ser um fator importante para esse setor.

Conforme Dias (2008), o fazer cenográfico está intimamente ligado à dinâmica do evento de moda formando, assim, uma composição visual. Todos os elementos são partes significativas da imagem cênica do desfile e que pode criar a possibilidade de experienciar o evento de forma singular.

Para Amorim (2007), os eventos de moda têm o objetivo de tornar a apresentação de um produção em série mais atrativa baseando-se no desenvolvimento de produtos voltados para determinado público.

Os desfiles de moda [...] funcionam também como veículo de propaganda. Mais ainda, dado o grande interesse que a mídia alimenta por esses eventos, o desfile é um evento que visa, acima de tudo, provocar a publicidade em torno dos produtos que passam por sua grande vitrine, sejam eles produtos materiais - a roupa, a maquiagem, os acessórios - ou virtuais - marcas, conceitos, estilos, comportamentos (AMORIM, 2007, apud GRUBER & RECH, 2011, p.478).

Assim, considerando os argumentos das autoras Gruber e Rech (2011), os elementos que caracterizam um desfile de moda enquanto espetáculo são: espaço cênico, sons, produção das manequins e movimentos na passarela. Expondo ao público a convergência de várias linguagens e signos, as autoras concluíram, então, que um desfile é um espetáculo podendo ser apreciado como tal.

Tabela 2 – Elementos do desfile de moda e características

Tipos de elementos	Características
Espaço Cênico (Cenário, Iluminação, Locação, Passarela e Acessórios de cena)	Espaço cênico é o conjunto formado pelo cenário, pela iluminação, pela locação, pela passarela e pelos acessórios que podem ser utilizados em um desfile de moda assumido enquanto espetáculo.
Sons (Ruídos e Músicas)	Tanto as músicas utilizadas na trilha sonora dos desfiles quanto os ruídos provenientes do caminhar das manequins, do movimento das roupas, dentre outros.
Produção de Manequins (Penteados, Sapatos,	A elaboração da imagem da manequim, que

Chapéus, Roupas, Maquiagem e Máscaras)

carrega em si o foco de todo desfile de moda, a roupa, através da maquiagem, do penteado, dos acessórios e até de máscaras.

Movimento na passarela (Entradas, Saídas, Deslocamentos individuais, Deslocamentos grupais e Coreografias)

O trajeto percorrido pelas manequins, desde a entrada até a saída da passarela, pode ser conduzido de diversas maneiras. Os movimentos de mão, braço, perna, cabeça e corpo são gestos, ou seja, fazem parte de um sistema que visa criar ou comunicar signos.

Fonte: Elaborada pela autora.

Levando em consideração os apontamentos feitos pelas referidas autoras, percebemos como interseccionam-se as artes cenográficas com o desfile de moda, e isso nos leva a refletir como esse espetáculo chamado “desfile” pode dialogar com corpos diferentes e com aqueles que chamamos de “normais”.

O público geral consegue desfrutar desses eventos sem qualquer impedimento e isso nos faz suscitar uma série de questionamentos como: os profissionais de moda conseguem adaptar seus eventos de forma mais acessível para estimular as pessoas surdocegas a participarem? Como as pessoas surdocegas se relacionam com a cenografia nos desfiles de moda acessível?

Pessoas sem deficiências conseguem comumente participar desses eventos. Entretanto, deficientes, como os surdocegos ficam à margem, pois não existem atualmente recursos, serviços e estratégias em acessibilidade que deem conta de suas especificidades de acesso e participação, desde a montagem à exibição do desfile.

É importante retomar que as pessoas surdocegas desenvolvem diferentes formas de comunicação para interagir com o público em diversos graus de assimilação. Algumas podem ter tanto a acuidade visual como a auditiva diminuída, ou ambas, assim como o seu impedimento funcional completo.

Essa pluralidade de possibilidades de expressão da surdocegueira deve também ser levada em consideração para que não haja barreira atitudinal, arquitetônica, metodológica ou comunicacional.

4 Resultados e Discussão

A partir do campo de estudo sobre a surdocegueira e sua pluralidade de expressão, uma questão norteadora surgiu para guiar esta pesquisa: os produtos, seus formatos e funcionalidades atendem a essa camada da população na forma que são comercializados e mostrados levando em conta sua subjetividade, cognição e capacidade relacional ao se tratar de deficientes surdocegos? Sabemos que o Design Inclusivo conta com sete princípios basilares, porém não encontramos nenhuma intersecção desses princípios com a surdocegueira e suas formas de comunicação e compreensão de mundo.

Nessa pesquisa, abordamos a questão dos desfiles de moda enquanto eventos culturais. A composição espacial dos desfiles está organizada na lógica: espaço cênico, som, movimento na passarela e produção de manequins; cada um desses elementos compõe o desfile tal qual um espetáculo. Há uma inquietação que nos faz (re)pensar essa conjuntura a partir de um design inclusivo, afetivo e para todos onde esses elementos são passíveis de serem pensados, compreendidos e recriados de modo que atendam também às especificidades das pessoas

surdocegas.

A partir da base teórica utilizada nessa pesquisa, foi possível perceber que os apontamentos de Maldonado (2012) são os que mais convergem com o tema escolhido nessa discussão, uma vez que a concepção do autor acerca de melhoria do corpo está intimamente ligada a um processo gradual de artificialização. Nesse sentido, pensemos os produtos acessíveis como parte desse processo.

Uma das características da comunicação das pessoas com surdocegueira é a utilização do tato como um dos sentidos que guiam sua presença no mundo e lhes dão significação dos eventos desse mundo. Podemos, então, estabelecer uma inter-relação entre esse sentido e sua capacidade de dar sentido mediada pelo toque de objetos projetados estrategicamente para esse fim.

Reconhecemos que é um esforço intelectual poder conciliar campos de saberes tão dispares entre si, no entanto, escolher a Moda com um “lugar”, um *locus*, um ponto de partida foi e está sendo uma descoberta e uma forma de compartilhar com as pessoas surdocegas esse universo tão – aparentemente – distante delas, mas que pode criar pontes e intersecção com os elementos que constituem os espaços de desfiles como já mencionado por Gruber e Rech (2011).

Com as contribuições de Cambiaghi (2007) percebemos que há um exercício relacionado à concepção de projetos com um desenho inclusivo tanto na Arquitetura quanto no campo do Design. Sendo assim, podemos então pensar no design de produtos, eventos, entre outros exemplos, que encantem os olhos de quem enxerga, mas também encantem as mãos de quem não vê e nem ouve.

5 Considerações Finais

A partir do exposto nesta pesquisa, compreendemos que o Design Inclusivo enquanto ferramenta de acessibilidade deve ser cada vez mais pautado no entendimento da diversidade que tenta incluir. Constata-se que o caminho ainda está sendo trilhado. Especificamente, enquanto objeto de pesquisa, tanto a moda, quanto as práticas de elaboração de cenários dos desfiles, ainda não há qualquer tipo de inclusão, levando em conta em sua concepção as necessidades das pessoas surdocegas tanto em relação à cenografia, quanto em seus artefatos e produtos.

Como consequência das reflexões levantadas nesta pesquisa e nos artigos publicados sobre surdocegueira, percebemos que este pode ser um novo campo de estudo a fim de incentivar outros pesquisadores a debruçarem-se sobre esse assunto com perspectivas outras, centradas na pessoa e sua participação na qualidade de sujeito agente no Design e Moda e que esses possam ser verdadeiramente inclusivos.

Para tanto, faz-se necessário relacionar os apontamentos teóricos já existentes e suas fundamentações alinhadas às proposições contidas nessa pesquisa nivelando-os à inclusão, à acessibilidade no escopo da Moda, a fim de oportunizar maior proximidade entre essas esferas de expressividade às pessoas surdocegas.

Tais fundamentações advêm das observações e análises de publicações – escassas – que são possíveis de estabelecer algum elo com a Moda e com o Design Inclusivo e assim elaborar outra perspectiva ontológica a respeito da pessoa Surdocega.

Em síntese, a proposta desta pesquisa é oportunizar a reflexão sobre o tema e que a comunidade surdocega possa desfrutar da visibilidade que lhe é negada, entendendo que esses são apontamentos basilares que carecem de maior discussão. Pode-se ainda dizer, que

esta pesquisa também pode incentivar e fomentar as Artes para que volte-se para esse público e suas demandas.

6 Referências

AMORIM, V. F. **Desfile de moda: um espetáculo cênico**. Universidade do Estado de Santa Catarina, 2007.

ARAÚJO, H. F. **Práticas de interpretação tátil e comunicação háptica para pessoas com surdocegueira**. 2ed. – Petrópolis: Editora Arara Azul, 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS, NBR 9050: **Norma Brasileira 9050- Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos**. Rio de Janeiro, 2015.

AMORIM, V. F. **Desfile de moda: um espetáculo cênico**. Universidade do Estado de Santa Catarina, 2007.

BRASIL. Ministério da Cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura**. Brasília, DF, 2012. Disponível em: <http://www.fundacaocultural.ba.gov.br/colegiadossetoriais/As-Metas-do-Plano-Nacional-de-Cultura.pdf> Acesso em: 18 out. 2021

BINS ELY, V. H. M; OLIVEIRA, A. S. D. A. **Acessibilidade em edifício de uso público: contribuição de projeto de extensão na elaboração de dissertação**. In: SEMINÁRIO SOBRE ENSINO E PESQUISA EM PROJETO DE ARQUITETURA – PROJETAR 2005, 2., 2005, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

CAMBIAGHI, S. **Desenho Universal: métodos e técnicas para arquitetos e urbanistas**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

CLARKSON, PJ; COLEMAN, R. **History of Inclusive Design in the UK**. Ergonomia Aplicada. 2015.

CRANE, Diana. **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

DIAS, R. M. A. **O tratamento do espaço pela cenografia nos desfiles de moda**. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 8, 2008, São Paulo, Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: AEND| Brasil, 2008.

GRUPO BRASIL DE APOIO AO SURDOCEGO E AO MÚLTIPLO DEFICIENTE SENSORIAL. Disponível em: < <https://apoioaosurdocego.com.br/> > Acesso em: 18 out. 2021

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo 2010**. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/> Acesso em: 18 out. 2021

LEI Nº 10.098. 19 de dezembro de 2000. Estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade [...]: art. 2º/I. Brasil, 2000. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10098.htm> Acesso em: 15 out. 2021.

MALDONADO, T. **Cultura, Sociedade e Técnica**. – São Paulo: Blucher, 2012. 296p.

MARIANO, A. M; SANTOS, M. **Revisão da Literatura: Apresentação de uma Abordagem Integradora**. XXVI Congreso internacional de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), Reggio Calabria, v.26, 2017.

MORARES, M.C. **Acessibilidade no Brasil: Análise da NBR 9050**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Centro Tecnológico, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Florianópolis, 2007.

NICHOLAS, J. **Do tato ativo à comunicação tátil: o que a cognição tátil tem a ver com isso?** São Paulo: Grupo Brasil, 2011.

PAPANEK, V. **Design for the real world: Human ecology and social change**. 2 ed. United Kingdom: Thames & Hudson, 1985.

PREISER, W. F.E.; OSTROFF, E. **Universal Design Handbook**. 2d. New York: Mc-Graw-Hill, 2010.

RECH, Sandra Regina. GRUBER, Crislaine. **Intersecções entre moda e espetáculo: um estudo acerca do desfile de moda**. Florianópolis, 2011.

REYES, D. A. **La sordoceguera: uma discapacidad singular**. Madrid: Organización Nacional de Ciegos. España, 2000.

SASSAKI, R. K. **Terminologia sobre deficiência na era da inclusão**. Revista Nacional de Reabilitação, São Paulo, 2002, v.5, n.25.

SILVEIRA, B. **Eventos de moda**. (monografia). Santa Catarina, UDESC, 2001.

SOARES, R. A história da educação do surdocego no Brasil. **Toque: mãos que falam**. Ano 1, n. 1, São Paulo, 1999.

WATANABE, D.R. **O estado da arte da produção na área da surdocegueira no Brasil de 1999 a 2015**. 2017. 263 f. Dissertação (Mestrado – Programa de Pós- Graduação em Educação. Área de Concentração: Educação Especial) – Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.